



ISBN 978-1-64655-143-9



[HTTPS://SCIENTIFIC-CONFERENCE.COM](https://scientific-conference.com)

SUCCESS



LIBRARY OF CONGRESS (USA)

XXVI INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE

INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT

Boston. USA. April 24-25, 2023

ISBN 978-1-64655-143-9

UDC 08

**XXVI INTERNATIONAL CORRESPONDENCE
SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE
«INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF
THE PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE
AND MANAGEMENT»
(Boston. USA. April 24-25, 2023)**

BOSTON. MASSACHUSETTS
PRINTED IN THE UNITED STATES OF AMERICA
2023

INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF THE PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT / COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES. XXVI INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE (Boston, USA, April 24-25, 2023). Boston. 2023

EDITOR: EMMA MORGAN
TECHNICAL EDITOR: ELIJAH MOORE
COVER DESIGN BY DANIEL WILSON

CHAIRMAN OF THE ORGANIZING COMMITTEE: *VALTSEV SERGEI*
CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE:

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Alieva V.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Alikulov S.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Anan'eva E.* (D.Sc. in Philosophy, Ukraine), *Asaturova A.* (PhD in Medicine, Russian Federation), *Askarhodzhaev N.* (PhD in Biological Sc., Republic of Uzbekistan), *Bajtasov R.* (PhD in Agricultural Sc., Belarus), *Bakiko I.* (PhD in Physical Education and Sport, Ukraine), *Bahor T.* (PhD in Philology, Russian Federation), *Baulina M.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Blejh N.* (D.Sc. in Historical Sc., PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Bobrova N.A.* (Doctor of Laws, Russian Federation), *Bogomolov A.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Borodaj V.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Gavrilenkova I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Garagonich V.* (D.Sc. in Historical Sc., Ukraine), *Glushhenko A.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Grinchenko V.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Gubareva T.* (PhD in Laws, Russian Federation), *Gutnikova A.* (PhD in Philology, Ukraine), *Datij A.* (Doctor of Medicine, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Divnenko O.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Dmitrieva O.A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Dolenko G.* (D.Sc. in Chemistry, Russian Federation), *Esenova K.* (D.Sc. in Philology, Kazakhstan), *Zhamuldinov V.* (PhD in Laws, Kazakhstan), *Zholdoshev S.* (Doctor of Medicine, Republic of Kyrgyzstan), *Zelenkov M.YU.* (D.Sc. in Political Sc., PhD in Military Sc., Russian Federation), *Ibadov R.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Republic of Uzbekistan), *Il'inskih N.* (D.Sc. Biological, Russian Federation), *Kajrakbaev A.* (PhD in Physical and Mathematical Sciences, Kazakhstan), *Kaftaeva M.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Klinkov G.T.* (PhD in Pedagogic Sc., Bulgaria), *Koblanov Zh.* (PhD in Philology, Kazakhstan), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kravcova T.* (PhD in Psychology, Kazakhstan), *Kuz'min S.* (D.Sc. in Geography, Russian Federation), *Kulikova E.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Kurmanbaeva M.* (D.Sc. Biological, Kazakhstan), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Linkova-Daniels N.* (PhD in Pedagogic Sc., Australia), *Lukienko L.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Makarov A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Macarenko T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Muradov Sh.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Musaev F.* (D.Sc. in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Nabiev A.* (D.Sc. in Geoinformatics, Azerbaijan), *Nazarov R.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Naumov V.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Radkevich M.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Rakhimbekov S.* (D.Sc. in Engineering, Kazakhstan), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *Romanenkova Yu.* (D.Arts, Ukraine), *Rubcova M.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Rumyantsev D.* (D.Sc. in Biological Sc., Russian Federation), *Samkov A.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *San'kov P.* (PhD in Engineering, Ukraine), *Selitrenikova T.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Skripko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Sopov A.* (D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Strekalov V.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Stukalenko N.M.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Kazakhstan), *Subachev Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Sulejmanov S.* (PhD in Medicine, Republic of Uzbekistan), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Uporov I.* (PhD in Laws, D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Khiltukhina E.* (D.Sc. in Philosophy, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia), *Chiladze G.* (Doctor of Laws, Georgia), *Shamshina I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sharipov M.* (PhD in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Shevko D.* (PhD in Engineering, Russian Federation).

PROBLEMS OF SCIENCE
PUBLISHED WITH THE ASSISTANCE OF NON-PROFIT ORGANIZATION
«INSTITUTE OF NATIONAL IDEOLOGY»
VENUE OF THE CONFERENCE:
1 AVENUE DE LAFAYETTE, BOSTON, MA 02111, UNITED STATES
TEL. OF THE ORGANIZER OF THE CONFERENCE: +1 617 463 9319 (USA, BOSTON)
THE CONFERENCE WEBSITE:
[HTTPS://SCIENTIFIC-CONFERENCE.COM](https://scientific-conference.com)

PUBLISHED BY ARRANGEMENT WITH THE AUTHORS
Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.en>

Contents

ECONOMIC THEORY	4
<i>Krishnan E.R.</i> (France), <i>Toshpulotov A.A.</i> (Republic of Tajikistan) ON THE QUESTION OF THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF STATE-OWNED ENTERPRISES IN THE ECONOMY / <i>Кришнан Э.Р.</i> (Франция), <i>Тошпулотов А.А.</i> (Республика Таджикистан) К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРЕПРИЯТИЙ В ЭКОНОМИКЕ.....	4
<i>Polovinkin K.V.</i> , <i>Zagoruiko I.Yu.</i> (Russian Federation) THE MANAGEMENT STRUCTURE AS THE FOUNDATION FOR THE EFFECTIVENESS OF THE ORGANIZATION / <i>Половинкин К.В.</i> , <i>Загоруйко И.Ю.</i> (Российская Федерация) СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ, КАК ФУНДАМЕНТ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	9
<i>Seidakhmetova A.A.</i> (Republic of Kazakhstan) OBJECTIVE NECESSITY OF AGRO-INDUSTRIAL INTEGRATION OF ECONOMIC ENTITIES / <i>Сейдахметова А.А.</i> (Республика Казахстан) ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ	18
<i>Kalashnikov P.V.</i> (Russian Federation) PLANNING MARKETING ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE: ESSENCE AND STAGES / <i>Калашников П.В.</i> (Российская Федерация) ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ: СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ.....	23

ECONOMIC THEORY

ON THE QUESTION OF THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF STATE-OWNED ENTERPRISES IN THE ECONOMY

Krishnan E.R.¹ (France),

Toshpulotov A.A.² (Republic of Tajikistan)

¹*Krishnan Edward Roy – Doctor of Education, Doctor of Business Administration, Rector of European International University, EUROPEAN INTERNATIONAL UNIVERSITY, PARIS, FRANCE;*

²*Toshpulotov Alisher Aminovich - Doctor of business administration, Adjunct Professor, DEPARTMENT OF BUSINESS AND MANAGEMENT, EUROPEAN INTERNATIONAL UNIVERSITY, RUSSIAN-TAJIK SLAVONIC UNIVERSITY, DUSHANBE, REPUBLIC OF TAJIKISTAN*

Abstract: *in modern market relations, the state plays an important role both in regulating relations between market participants and as a direct participant. The latter is carried out not by the authorities themselves, but by state-owned enterprises. So what is the significance of these very enterprises? Everyone knows that the existence of a modern society is impossible without the intervention of state institutions - without teachers, firefighters and power engineers, but state-owned enterprises are a much more extensive topic than urban transport or sewerage. In addition to direct intervention in the market – price regulation, quality supervision and resolution of emerging disputes, the state also participates in market relations as a seller and buyer of services and goods. The article examines the essence of the concept of state-owned enterprises in the economy.*

Keywords: *market, state regulation, state-owned enterprises*

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРЕПРИЯТИЙ В ЭКОНОМИКЕ

Кришнан Э.Р.¹ (Франция),

Тошпулотов А.А.² (Республика Таджикистан)

¹Кришнан Эдвард Рой – доктор образования, доктор делового администрирования, ректор Европейского международного университета,

Европейский международный университет, г. Париж, Франция;

²Тошпулотов Алишер Аминович - доктор делового администрирования, адъюнкт-профессор, факультет бизнеса и менеджмента,

Европейский международный университет, Российско–Таджикский Славянский университет, г. Душанбе, Республика Таджикистан

Аннотация: в современных рыночных отношениях государство играет важную роль как в регулировании отношений между участниками рынка, так и в качестве непосредственного участника. Последнее осуществляется не самими властями, а государственными предприятиями. Так в чем же заключается значение этих самых предприятий? Всем известно, что существование современного общества невозможно без вмешательства государственных учреждений - без учителей, пожарных и энергетиков, но государственные предприятия – это гораздо более обширная тема, чем городской транспорт или канализация. В дополнение к прямому вмешательству в рыночные отношения – регулированию цен, надзору за качеством и разрешению возникающих споров, государство также участвует в рыночных отношениях в качестве продавца и покупателя услуг и товаров. В статье рассматривается сущность концепции государственных предприятий в экономике.

Ключевые слова: рынок, государственное регулирование, государственные предприятия.

The very concept of state-owned enterprises often varies depending on the sphere of activity of the state under consideration. Many textbooks and dictionaries define it as follows: "a state—owned

enterprise is an enterprise whose fixed assets are state-owned, and managers are appointed or hired under a contract by state bodies. If a state-owned enterprise is budgetary, then it is financed from the state budget" [1]. In this definition, you can accidentally forget about the part of state-owned enterprises that are not directly managed by the state, for example, those where the participation share is not a control one. Other articles consider state-owned enterprises as enterprises that receive the bulk of their income from the sale of goods and services, and not from the state budget. This view reduces the concept of state-owned enterprises, in fact, excluding non-profit and budget enterprises from it. However, in both definitions it is important to see state property and ways of managing it. Thus, we will see under state-owned enterprises both state-subsidized enterprises that independently focus on market demand and pursue the goal of maximizing profits, and enterprises whose activities are completely determined by the government and are not aimed at profitability, as well as their intermediate forms [2].

In countries with developed market economies, there are several types of state-owned enterprises. First, these are state-owned enterprises themselves, which are under the direct control of state management bodies. The top management of such enterprises is appointed by the government, and their income and expenses are directly included in the state budget. In the economy of developed countries, the public sector occupies up to 2% of the number of economic entities, while state-owned enterprises have neither legal nor entrepreneurial independence, 100% of their income is transferred to the state budget [3]. In Russia, federal and municipal unitary organizations whose property belongs to the state or municipality operate under the same conditions. The State and the municipality, represented by a ministry (department) or a municipal self-government body, can only be sole owners of a unitary organization.

Unitary organizations are divided into enterprises and institutions, including non-profit ones (research institutes, educational institutions, healthcare, etc.).

Unitary enterprises are created in the form of a state-owned enterprise, the property of which is in state ownership, and a

subsidiary to which state property is transferred to economic management.[4] Russia also regulates the types of activities that only state-owned enterprises have the right to engage in, such as the production of weapons, ammunition, drugs, production and processing of nuclear substances and precious metals.

Enterprises of a mixed private-state form, where the state owns part of the company's shares or a controlling stake, are widely distributed. In addition, the State, through the conclusion of contractual relations with private sector enterprises, binds these enterprises with corresponding obligations and thereby establishes formal subordination relations with the non-state sector of the economy. The most common form of state entrepreneurship in market countries are public corporations or joint-stock companies with mixed capital. In Russia, their analogues are a state corporation and a state joint-stock company. A state corporation is established by the federal government and receives a property contribution from the State. An example of a state corporation is a State Investment Corporation.

In a state-owned joint-stock company, the state owns a controlling stake. Such enterprises are natural monopolies, such as the Gazprom concern, the former RAO UES and others. The state can act as a majority shareholder without owning a controlling stake (example: AvtoVAZ JSC), but having the right to appoint the head of the JSC.

The state can unite unitary enterprises and other subjects of state entrepreneurship into various forms of associations (associations, concerns and others). Large associations are created for the implementation of strategic state programs and the development of priority sectors of the economy. Such associations are, for example, natural state monopolies. Unitary enterprises may also be part of financial and industrial groups [3].

A developed market economy is based on a fairly well-established system of interaction between various forms of ownership, among which state property occupies a special place.

The state, on the one hand, acts as the owner of property and as an entrepreneur, and on the other — as a regulator of socio-economic processes. State property is the most important tool for implementing State policy. Therefore, the problem of effective management of all forms of state ownership is of paramount importance. The list of

possible forms of ownership in the Constitution begins with private and state property, which, as world practice has shown, are the most significant in the economy. Contrary to the liberals' assertion that the state is an inefficient owner, there are significant industries whose management by the state is still considered the most expedient (national defense, government media, environmental protection, fundamental science, space exploration, creation of state reserves). The impact of crises and natural disasters force subjects of various forms of ownership to transfer part of their property to the state in order to avoid bankruptcy. State support helps insolvent owners to restore their solvency.

The size of the public sector in each country is different and is determined by a number of interrelated factors: the historical conditions of the country, the current stage of its development, its place in world economic relations, the competitiveness of the national economy, socio-economic, historical, cultural and other features. In most countries, the sphere of state ownership in one way or another at different periods included land, industrial enterprises, military facilities, mineral resources, electric power, transport (roads and railways, airlines), communications (telegraph and telephone, mail), etc.

The scale of State ownership has significantly expanded in a number of countries as a result of measures taken by Governments to rescue from bankruptcy enterprises that are of interest to the State in terms of long-term goals, but do not have the ability to quickly return on invested capital and, therefore, are not of interest to private investors. These are also many large-scale projects that have great socio-economic and strategic importance for the country, but require the accumulation of significant funds. The boundaries of state ownership in various countries are constantly changing and depend both on historical conditions and on emerging modern challenges. Accordingly, the methods of state property management differ and change.

State-owned enterprises are an instrument of state policy. By creating certain enterprises, the state can exert a regulatory influence on the market in such areas as increasing employment, implementing projects with a high degree of risk, anti-inflationary measures

(including lowering prices and refusing profits during periods of rising inflation), assistance to local producers and suppliers of raw materials and components to enterprises the state sector, leveling the levels of economic development of regions, subsidizing certain categories of consumers. At the same time, state—owned enterprises, by virtue of the national tasks assigned to them, enjoy certain state guarantees - these are various kinds of subsidies, guarantees against bankruptcy, exemption from import obligations, and advantages in public procurement, etc. [3].

References / Список литературы

1. *Raizberg B.A., Lozovsky L.Sh., Starodubtseva E.B.* Modern Economic Dictionary. 5th ed., reprint. and additional — M.: INFRA-M, 2007. — 495 p.].
2. *Galperin V.M., Ignatiev S.M., Morgunov V.I.* Microeconomics. Institute "Economic School", St. Petersburg, 2004. Vol.2 - 512 p.
3. Theory of organization. Milner B.Z. 2nd ed., reprint. and additional. - M.: Infra-M, 2000. — 480 p.]
4. In the world of economics. Scientific articles on economics [Electronic resource]: Economic articles. dir access. [Electronic Resource]. URL: <http://worldofeconomy.ru> (date of access: 09.01.2023).

THE MANAGEMENT STRUCTURE AS THE FOUNDATION FOR THE EFFECTIVENESS OF THE ORGANIZATION

Polovinkin K.V.¹, Zagoruiko I.Yu.² (Russian Federation)

¹Polovinkin Kirill Vladimirovich - undergraduate;

*²Zagoruiko Igor Yurievich – Doctor of Economics, Professor,
DEPARTMENT OF MANAGEMENT, FACULTY OF DISTANCE
LEARNING,*

*PERM STATE AGRARIAN AND TECHNOLOGICAL UNIVERSITY.
ACADEMICIAN D.N. PRYANISHNIKOV,
PERM*

Abstract: choosing the organization's management structure to achieve the goals set.

The article considers the formation of a well-thought-out and effective management structure is important for the success of the company, since it provides a basis for decision-making, delegation of responsibilities and communication within the organization. The article also contains the best practices for the development and implementation of an effective management structure.

Keywords: structure, management, organization, communication.

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ, КАК ФУНДАМЕНТ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Половинкин К.В.¹, Загоруйко И.Ю.² (Российская Федерация)

¹Половинкин Кирилл Владимирович – магистрант;

²Загоруйко Игорь Юрьевич – доктор экономических наук,
профессор,

кафедра менеджмента, факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет им. академика Д. Н. Прянишникова
г. Пермь

Аннотация: в статье рассмотрено формирование хорошо продуманной и эффективной структуры управления важно для успеха компании, поскольку она обеспечивает основу для принятия решений, делегирования обязанностей и коммуникации внутри организации. Также в статье собраны лучшие практики для разработки и внедрения эффективной структуры управления

Ключевые слова: структура, управление, организация, коммуникация.

В каждой организации идет внутренняя работа над ростом производительности каждого сотрудника и чем раньше те или иные инструменты будут испробованы и применены, тем большая производительность будет в организации. Следовательно, организация будет двигаться быстрее к своей цели, а именно к росту прибыли.

Структура организационного управления определяет каким образом полномочия, обязанности и взаимоотношения распределяются и упорядочиваются внутри организации. Правильно выстроенная структура позволяет максимально эффективно коммуницировать каждой единице внутри организации.

Структура управления организацией может быть разбита на несколько компонентов:

1. Иерархия: это относится к уровням управления в организации.

2. Роли и обязанности: на каждом уровне управления есть определенные роли и обязанности, которые имеют решающее значение для успеха организации.

3. Организационные диаграммы: эти диаграммы иллюстрируют структуру организации и взаимосвязи между различными уровнями управления.

4. Каналы коммуникации: эффективная коммуникация между различными уровнями управления имеет решающее значение для успеха организации.

Конкретный вид структуры управления организацией будет зависеть от множества факторов, включая размер и тип бизнеса, отрасль, корпоративную культуру и цели. Однако хорошо продуманная структура управления может помочь обеспечить эффективное и результативное функционирование организации, способствовать достижению ее целей и способствовать созданию благоприятной рабочей среды.

Цель работы проанализировать виды управления организацией и сформировать пошаговый план внедрения эффективной структуры управления в организацию.

Тема "структура управления организацией" всегда актуальна, так как она является важным фактором для успеха и эффективности любой организации. Структура управления влияет на эффективность процессов, определяет роли и ответственность сотрудников, формирует культуру организации и влияет на удовлетворенность сотрудников. Поэтому понимание влияния структуры управления на эффективность организации и выбор

оптимальной структуры являются важными для руководства организации.

Обзор литературы.

1. "Оксфордский справочник по организационной структуре" под редакцией Брайана Т. Пентленда и Стюарта У. Чапела представляет собой всеобъемлющее справочное руководство по организационной структуре. Книга охватывает широкий круг тем, включая организационный дизайн, структуру, культуру, лидерство и управление изменениями.

2. "Проектирование организаций" Джея Р. Гэлбрейта. Книга предоставляет практическую основу для анализа и перепроектирования организационных структур, процессов и систем в соответствии со стратегией и целями компании.

3. "От хорошего к великому" Джима Коллинза. В книге излагаются несколько ключевых принципов построения сильной организационной структуры, в том числе наличие нужных людей на правильных местах, противостояние жестоким фактам реальности и создание культуры дисциплины.

4. "Переосмысление организаций" Фредерика Лалу. В книге вводится концепция "бирюзовых организаций", которые характеризуются самоуправлением, целостностью, эволюционной целью и децентрализованной структурой.

5. "Пять дисфункций команды" Патрика Ленсиони. В книге даются практические советы о том, как создать сплоченную и эффективную команду, в том числе о важности открытого общения, прозрачности и общих целей.

6. "Трансформация организации" С.А. Алексеева. В книге обсуждаются проблемы, с которыми организации сталкиваются в быстро меняющейся бизнес-среде, и приводится дорожная карта организационных преобразований. Он охватывает такие темы, как лидерство, культура, структура и стратегия, а также предоставляет практические инструменты и методы для внедрения изменений.

Основная часть.

Организационное управление относится к процессу планирования, организации, управления и контроля деятельности и ресурсов организации для достижения ее целей и задач. Она

охватывает все процессы и функции, связанные с управлением организацией, включая принятие решений, коммуникацию, лидерство и распределение ресурсов.

Существует несколько структур, обычно используемых компаниями для управления организацией, в том числе:

1. Иерархическая: это традиционная структура, в которой полномочия и ответственность четко определены и передаются сверху вниз.

2. Плоская структура: в плоской структуре иерархия сокращена, а процесс принятия решений более децентрализован, часто с участием нескольких уровней внутри организации.

3. Матрица: в матричной структуре отдельные лица подчиняются нескольким менеджерам, и существует межфункциональный подход к принятию решений.

4. Функциональная: В функциональной структуре сотрудники группируются в зависимости от их области знаний, такой как маркетинг или финансы.

5. Дивизиональная: В дивизиональной структуре организация разделена на более мелкие, полуавтономные подразделения, каждое со своей собственной структурой управления.

Каждая структура имеет свои преимущества и недостатки, и наилучшая структура для компании зависит от множества факторов, включая размер и сложность организации, ее цели и задачи, а также отрасль, в которой она работает.

Разберем преимущества и недостатки каждой структуры:

1. Иерархическая структура:

Преимущества:

- Четкая цепочка командования и полномочия по принятию решений

- Эффективная коммуникация и координация внутри организации

- Определенные роли и обязанности для сотрудников

Недостатки:

- Отсутствие гибкости и медленное принятие решений

- Потенциал для микроменеджмента и отсутствие креативности

2. Плоская структура:

Преимущества:

- Децентрализация принятия решений и повышение вовлеченности сотрудников
- Усовершенствованные инновации и креативность
- Более гибкая и адаптируемая к изменениям

Недостатки:

- Отсутствие четких полномочий и принятия решений может быть медленным и запутанным
- Трудности с координацией и коммуникацией между подразделениями

3. Матричная структура:

Преимущества:

- Сочетание функциональных структур и структур, основанных на продуктах, с учетом как экспертных знаний, так и проектной направленности
- Улучшение межфункционального сотрудничества и координации
- Гибкость в распределении ресурсов по мере необходимости для конкретных проектов

Недостатки:

- Конфликты между функциональными и проектными менеджерами
- Потенциальная путаница и двусмысленность в принятии решений и ответственности

4. Функциональная структура:

Преимущества:

- Четкое распределение полномочий и принятие решений
- Повышение квалификации и специализации в функциональных областях
- Эффективное использование ресурсов и сокращение дублирования усилий

Недостатки:

- Отсутствие межфункционального сотрудничества и интеграции
- Потенциал изолированности и снижение адаптивности к изменениям на рынке и потребностям клиентов

5. Структура подразделений:

Преимущества:

- Автономия каждого подразделения для реагирования на конкретные потребности рынка и клиентов
- Улучшенная специализация и фокус для каждого подразделения
- Эффективное использование ресурсов и сокращение дублирования усилий

Недостатки:

- Потенциальная возможность отсутствия сотрудничества и координации между подразделениями
- Увеличенные накладные расходы для нескольких уровней управления
- Трудности в поддержании единой общей стратегии для организации в целом.

Структура управления компании имеет важное влияние на ее производительность. Поэтому важно выбирать оптимальную структуру управления, учитывая цели и потребности компании.

Преыдушие исследования по теме организационных структур управления подчеркивали важность правильного выбора структуры для конкретной организации на основе ее целей, размера, отрасли, а также внутренних и внешних факторов. Невозможно определить конкретных людей, которые проводили исследования организационных структур управления, поскольку это широкая и междисциплинарная область, которая изучалась многими различными исследователями на протяжении многих лет. Тем не менее, некоторые из наиболее выдающихся исследователей и экспертов в этой области включают таких ученых, как Генри Минцберг, Джей Гэлбрейт и Джим Коллинз, а также консультантов по управлению, таких как McKinsey & Company и Bain & Company. Кроме того, существует множество научных журналов и организаций, посвященных изучению и развитию области организационного поведения и управления, таких как Академия менеджмента, Журнал менеджмента и Harvard Business Review.

Результаты.

Исследования показали, что иерархическая структура может быть подходящей для небольших стабильных организаций с

четким распределением полномочий и четко определенными ролями, в то время как плоская структура может лучше подходить для быстро меняющихся, динамичных организаций, требующих повышенных инноваций и творчества.

Было обнаружено, что матричные структуры полезны в организациях, где требуются как функциональные знания, так и проектная направленность, в то время как функциональные структуры лучше всего подходят для организаций с четким разделением труда и специализированными функциональными областями. Было установлено, что структуры подразделений эффективны для организаций с множеством продуктов или услуг, требующих особого внимания.

Исследования также показали, что организационная структура может оказывать значительное влияние на мотивацию сотрудников, удовлетворенность работой и эффективность работы организации. Хорошо продуманная структура может улучшить коммуникацию, координацию и принятие решений, что приведет к повышению эффективности и результативности.

В целом, результаты предыдущих исследований организационных структур управления подчеркивают важность учета уникальных потребностей и обстоятельств организации при выборе структуры, а также необходимость постоянного пересмотра и адаптации по мере изменения организации с течением времени.

Вывод.

Исследования показали, что выбор структуры управления может оказать значительное влияние на эффективность организации. Хорошо продуманная структура управления может помочь согласовать усилия сотрудников с целями компании, обеспечить четкое распределение полномочий и принятие решений, а также улучшить коммуникацию и координацию. С другой стороны, плохо спроектированная структура управления может привести к путанице, неэффективности и низкому моральному духу сотрудников. Для организаций важно выбрать структуру управления, которая соответствует их конкретным целям, стратегии и культуре, чтобы максимизировать их производительность.

Выбор структуры управления организацией может оказать значительное влияние на удовлетворенность сотрудников. Хорошо продуманная структура управления может обеспечить четкие линии связи, делегирование обязанностей и четкое понимание ролей и ожиданий, что может привести к повышению удовлетворенности сотрудников. С другой стороны, плохо спроектированная структура управления может привести к путанице, разочарованию и неудовлетворенности среди сотрудников, что негативно скажется на их общей удовлетворенности работой. Поэтому организациям важно тщательно продумать свою структуру управления, чтобы убедиться, что она поддерживает цели и потребности организации, а также благополучие и удовлетворенность ее сотрудников.

Лучшие практики для разработки и внедрения эффективной структуры управления включают следующее:

Формирование структуры управления компанией включает в себя несколько этапов:

1. Оценка потребностей и целей компании.
2. Определение организационной культуры компании.
3. Определение ролей и обязанностей.
4. Проектирование структуры управления.
5. Внедрение структуры управления.
6. Постоянный обзор и улучшение.

Формирование хорошо продуманной и эффективной структуры управления важно для успеха компании, поскольку она обеспечивает основу для принятия решений, делегирования обязанностей и коммуникации внутри организации.

Список литературы/ References

1. Ружанская Л.С., Яшин А.А., Солдатова Ю.В. Теория организации. М.: Флинта, 2017. 200 с.
2. Кукушкин С.Н. Внутрифирменное планирование. М.: Издательство Юрайт, 2023. № 4. 344 с.
3. Гэлбрейт Д. Проектирование организаций. Уайли, 2014. 442 с.
4. Коллинз Д. От хорошего к великому. М.: МИФ, 2017. 400 с.

5. *Ленсиони П.* Пять дисфункций команды. Уайли, 2010. 229 с.
6. *Пратт М.* Оксфордский справочник по организационной структуре // Издательство Оксфордского университета, 2016. 176 с.

**OBJECTIVE NECESSITY OF AGRO-INDUSTRIAL
INTEGRATION OF ECONOMIC ENTITIES
Seidakhmetova A.A. (Republic of Kazakhstan)**

*Seidakhmetova Ayim Askarovna – doctoral student,
SPECIALTY "ECONOMICS", ZHETYSU UNIVERSITY NAMED
AFTER ILYAS ZHANSUGUROV, TALDYKORGAN, REPUBLIC OF
KAZAKHSTAN*

Abstract: *the article is devoted to the integration of economic entities of the agro-industrial complex of Kazakhstan. The actual reasons for the need for integration processes in the country are identified, the directions of implementation of integration at the level of agro-industrial structures are outlined. The advantages of economic integration in the field of agriculture are such factors as the development and strengthening of scientific ties, the sharing of resources, the pooling of capital and the creation of favorable conditions for the economy.*

Keywords: *integration, cooperation, association, agro-industrial complex, business entity, integration process.*

**ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ
АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ
ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ
Сейдахметова А.А. (Республика Казахстан)**

*Сейдахметова Айым Аскаровна – докторант,
специальность «Экономика»,
Жетысуский университет имени Ильяса Жансугурова,
г. Талдыкорган, Республика Казахстан*

Аннотация: статья посвящена вопросам интеграции хозяйствующих субъектов агропромышленного комплекса Казахстана. Определены актуальные причины необходимости интеграционных процессов в стране, обозначены направления реализации интеграции на уровне агропромышленных структур. Преимуществами экономической интеграции в области сельского хозяйства обозначены такие факторы, как развитие и укрепление научных связей, совместное использование ресурсов, объединение капитала и создание благоприятных условий для экономики.

Ключевые слова: интеграция, кооперация, объединение, агропромышленный комплекс, хозяйствующий субъект, интеграционный процесс.

В общей теории и практике большое внимание уделяется интеграционным процессам. Эти сельскохозяйственные и агропродовольственные процессы особенно актуальны по следующим причинам:

- усиление конкуренции на мировых и региональных агропродовольственных рынках;
- нехватка ресурсов для производства продуктов питания;
- высокий уровень износа основных фондов в сельском хозяйстве и агропродовольственном комплексе;
- низкая конкурентоспособность отечественных производителей сельскохозяйственной и пищевой продукции;
- активное внедрение иностранных компаний на отечественные продовольственные рынки и низкая конкурентоспособность отечественных предприятий;
- резкое снижение производительности труда;
- снижение платежеспособности населения; упрощение структуры спроса и другие внешние и внутренние факторы [1].

Решение этих проблем возможно при развитии интеграционных процессов в сельском хозяйстве, что является базовым условием, определяющим влияние отрасли на эффективность функционирования хозяйствующих субъектов, включая их организационную, экономическую и финансовую стабильность.

Таким образом, необходим эффективный механизм интегрированной производственной системы в отрасли.

В сложившейся ситуации на развитие интеграционных процессов в АПК Казахстана влияет необходимость восстановления нарушенных производственно-экономических связей между сельским хозяйством и перерабатывающей промышленностью, сельским хозяйством и торговлей, сельским хозяйством и транспортом, необходимость выведения хозяйствующих субъектов из кризисного положения и стабилизации экономической ситуации [2].

Исторически агропромышленная интеграция является объективным условием экономического развития сельского хозяйства. Это связано с тем, что создание высокоэффективного сельскохозяйственного производства возможно, прежде всего, на основе современных технологий, требуемых наукой производства, переработки, транспортировки, хранения и реализации сельскохозяйственной продукции. Развитие научно-технического прогресса способствовало разделению труда в сельском хозяйстве на непосредственное производство сельскохозяйственного сырья и переработку на промышленных предприятиях отрасли.

Кооперация и интеграция АПК является процессом, формирующимся в основном среди участников агропромышленного производства. Интеграция представляет собой процесс объединения хозяйствующих субъектов. В качестве коммерческих субъектов хозяйствующими субъектами признаются отечественные и иностранные коммерческие организации, некоммерческие организации, осуществляющие предпринимательскую деятельность, а также индивидуальные предприниматели [3].

Агропромышленная интеграция – это организационно-экономическое понятие, представляющее сознательное и регламентированное объединение и развитие специализированных сельскохозяйственных и промышленных производств в едином хозяйственном органе [3].

Поэтому интеграция в сельском хозяйстве позволяет значительно повысить не только экономическую, но и финансовую устойчивость.

Для значительной части предприятий страны интеграция является возможностью снижения риска, связанного с сельскохозяйственным производством и влиянием природно-климатических условий, неопределенности товарного рынка и необходимости повышения конкурентоспособности производства. В данном случае агропромышленная интеграция представляет собой процесс объединения акторов из разных отраслей на основе усиления их взаимосвязи и развития их взаимодействия. Проявлением экономической интеграции в области сельского хозяйства является развитие и укрепление научных связей, совместное использование ресурсов, объединение капитала и создание благоприятных условий для экономики.

Существование и взаимодействие хозяйствующих субъектов лежит в основе изучения экономического содержания интеграционного процесса. Взаимодействие экономических субъектов в социальном контексте является результатом интеграции. Поэтому, на наш взгляд, интеграцию следует определять через призму определения присутствия и взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Раскрытие смысла и глубинной природы интеграции является основой для понимания ее движущих сил и роли в развитии современной АПК. В отечественной экономической литературе интеграция описывается как высшая форма кооперации. Некоторые авторы считают, что кооперация – это любое сотрудничество юридически и экономически самостоятельных хозяйствующих субъектов.

Интегрированная структура представляет собой совокупность автономных хозяйствующих субъектов, созданных на постоянной основе или на основе долгосрочных договоров, объединенных общей целью. При этом каждое юридическое лицо может действовать самостоятельно; взаимодействие таких предприятий в обществе намного выше и эффективнее, чем взаимодействие с другими хозяйствующими субъектами.

В настоящее время интеграция на уровне агропромышленных структур реализуется по трем основным направлениям:

а) объединение ранее обособленных и взаимосвязанных сельскохозяйственных, промышленных и других предприятий;

б) создание лабораторий по переработке сельскохозяйственной продукции в специализированных производственных объединениях и фермерских хозяйствах;

в) создание новых агропромышленных объединений и предприятий.

Формирование агропромышленного объединения должно начинаться с изучения потребительского спроса на продукты питания, а отбор его участников должен осуществляться исходя из их платежеспособности. Поэтому при создании объединения необходимо подготовить подробный бизнес-план работы будущего предприятия [1].

Тенденции развития интеграции в Казахстане характеризуются стремлением субъектов АПК сохранить монопольное положение [2]. В связи с этим необходимо институциональное и нормативно-правовое регулирование конкуренции и монополии на рынках сложной агропромышленной продукции через законодательство в сфере предпринимательства с целью создания равных условий для участников рынка.

Список литературы/ References

1. *Шиганбаева Н.Б., Абаева Г.А., Беделбаева А.Е.* Необходимость формирования новой модели экономического развития регионов // Статистика, учет и аудит. - 2019. - № 1 (72). - С. 195-199.
2. *Калдияров Д.А., Нурмуханкызы Д., Беделбаева А.Е.* Необходимость развития системы сельскохозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции в Республике Казахстан // Вопросы науки и образования. - 2017. - № 11 (12). - С. 77-79.
3. *Кольчевская О.П.* Кооперация и интеграция организаций в агропромышленном комплексе. Курс лекций: учебно-методическое пособие. – Горки: БГСХА, 2018. – 140 с.

PLANNING MARKETING ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE: ESSENCE AND STAGES

Kalashnikov P.V. (Russian Federation)

*Kalashnikov Petr Vitalievich – student,
NOVOSIBIRSK STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS AND
MANAGEMENT NSUEM, NOVOSIBIRSK*

Abstract: *the article discusses the main aspects of planning marketing activities. It describes what marketing planning is, what tasks it solves and what stages this process includes. The article also discusses the main sections that a marketing plan should include. This article will be useful for professionals who are engaged in marketing activities and seek to improve the effectiveness of their marketing strategies.*

Keywords: *marketing.*

ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ: СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ

Калашников П.В. (Российская Федерация)

*Калашников Петр Витальевич – студент,
Новосибирский государственный университет экономики и
управления НГУЭУ,
г. Новосибирск*

Аннотация: *в статье рассматриваются основные аспекты планирования маркетинговой деятельности. Описывается, что такое маркетинговое планирование, какие задачи оно решает и какие этапы включает в себя этот процесс. В статье также рассматриваются основные разделы, которые должен включать в себя маркетинговый план. Данная статья будет полезна для специалистов, которые занимаются маркетинговой деятельностью и стремятся улучшить эффективность своих маркетинговых стратегий.*

Ключевые слова: *маркетинг.*

План в общем смысле представляет собой это детальный список задач или действий, которые необходимо выполнить для достижения определенной цели.

Планирование маркетинговой деятельности - это процесс определения целей, стратегий и тактик, которые будут использоваться для продвижения продуктов или услуг на рынке [1, 80].

Планирование маркетинговой деятельности является важным этапом в развитии бизнеса. Основные шаги, которые нужно выполнить при планировании маркетинговой деятельности, представлены на рисунке 1:

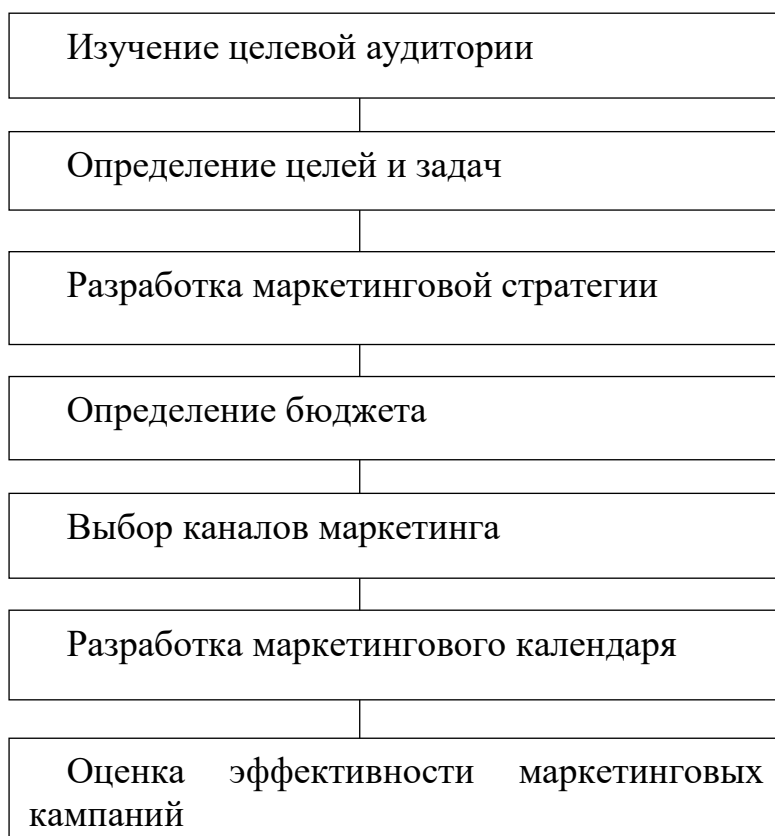


Рис. 1. Этапы планирования маркетинговой деятельности.

Рассмотрим подробнее состав этих этапов:

I. Изучение целевой аудитории - необходимо определить, кто является целевой аудиторией, исследовать потребности, предпочтения и покупательское поведение. Это поможет более эффективно строить маркетинговую стратегию. Она может быть описана по различным параметрам: возрасту, полу, образованию, доходу, месту жительства, интересам и привычкам. Целевая аудитория определяется с учетом целей и задач компании, чтобы рекламные и маркетинговые материалы были более эффективными [2, 80].

II. Определение целей и задач - нужно определить, что вы хотите достичь в своей маркетинговой деятельности, например, увеличение продаж, повышение узнаваемости бренда.

III. Разработка маркетинговой стратегии.

IV. Определение бюджета - нужно определить какие ресурсы вы можете выделить в маркетинг.

V. Выбор каналов маркетинга - определение какие каналы маркетинга будут использоваться. На основании предварительного анализа необходимо выбрать наиболее эффективные каналы для продвижения товара и формирования лояльности будущих клиентов (социальные сети, реклама, контекстная реклама, партнерские программы и т.д.) [3, 521].

Выбор каналов продвижения зависит от целей компании и ее целевой аудитории. Некоторые из наиболее популярных каналов продвижения включают:

Социальные сети - подходят для продвижения крупных и малых бизнесов в любой сфере деятельности.

Поисковая оптимизация (SEO) - помогает улучшить позицию сайта в результатах поисковых запросов и привлечь больше органического трафика.

Реклама в поисковых системах (SEA) - позволяет быстро привлекать новых клиентов через контекстную рекламу.

Email-маркетинг - эффективный инструмент для взаимодействия с клиентами и уведомления о новостях и акциях.

Прямые продажи - часто используются для продажи промо-акций, конференций, курсов обучения и других услуг.

Брендинг - это оптимальный вариант для увеличения узнаваемости бренда, формирования интереса и лояльности к товару.

Контент-маркетинг - позволяет создавать полезный и интересный контент для привлечения внимания и привлечения новых клиентов.

Реклама на телевидении или радио - подходит для продвижения товаров и услуг широкой аудитории.

VI. Разработка маркетингового календаря - определение времени проведения маркетинговых кампаний на основе сезонности и праздников. Маркетинговый календарь - это инструмент, который помогает бизнесу планировать маркетинговые кампании, мероприятия и прочие поводы для привлечения внимания к бренду, позволяет отслеживать дни, когда могут проводиться различные маркетинговые акции, и помогает в работе с целевой аудиторией [4, 176].

VII. Оценка эффективности маркетинговых кампаний - необходимо посмотреть на отдачу от каждой кампании и оценить эффективность, чтобы планировать маркетинговую стратегию на будущее.

Маркетинговый план — это документ, определяющий стратегии продвижения продукции (товара или услуги), которая помогает компании достичь ее целей и задач. Маркетинговый план является составной частью бизнес-плана и должен включать следующие разделы:

1. Анализ целевой аудитории - определение потенциальных клиентов, рынок и конкурентов.

2. Определение продукта - какой продукт вы хотите продавать, его преимущества и уникальные характеристики.

3. Методы продвижения - определение выбранных методов продвижения продукта, таких как реклама в СМИ, PR-акции, рассылка электронных писем и т.д.

4. Продажи - описание способов продаж и продуктов, сроков реализации, стратегий продвижения.

5. Бюджет - описание расходов на маркетинг, в том числе на производство, продвижение и продажу продукции, рекламу, поиск клиентов и т.д.

6. Внедрение - определение сроков внедрения маркетинговых стратегий и методов.

7. Мониторинг и анализ - обсуждение методов контроля эффективности выполненных маркетинговых стратегий и планов, а также анализ постоянно изменяющейся ситуации на рынке.

Маркетинговый план должен быть гибким и подверженным изменениям, которые необходимы для адаптации к изменяющимся условиям рынка и последующего увеличения эффективности продвижения продукции.

Таким образом, планирование маркетинговой деятельности представляет собой необходимый процесс жизнедеятельности организации, который должен проходить постоянно и включать в себя изменения, анализ и усовершенствования [1, 83].

Список литературы/ References

1. *Бобриков О.В.* Формирование PR-стратегии в новых экономических условиях: пути оптимизации бюджета и роста эффективности // Реклама. Теория и практика. — 2020. — No1. — С. 80 – 87.
2. *Голубков Е.П.* Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
3. *Данько Т.П.* Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т.П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 521 с.
4. *Е.Н. Голубкова* Маркетинговое управление товаром. Учебное пособие / Е.Н. Голубкова, Р.Р. Сидорчук. – Москва: Издательство Дело и сервис, 2018 г. –176 с.

**XXVI INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE
INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW
OF PROBLEMS OF ECONOMICS,
FINANCE AND MANAGEMENT
Boston. USA. April 24-25, 2023
[HTTPS://SCIENTIFIC-CONFERENCE.COM](https://scientific-conference.com)**



**COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES
PUBLISHED BY ARRANGEMENT WITH THE AUTHORS**



You are free to:

Share – copy and redistribute the material in any medium or format

**Adapt – remix, transform, and build upon the material
for any purpose, even commercially.**

Under the following terms:

**Attribution – You must give appropriate credit,
provide a link to the license, and indicate if changes were made.**

**You may do so in any reasonable manner,
but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
ShareAlike – If you remix, transform, or build upon the material, you must
distribute your contributions under the same license as the original.**

**ISBN 978-1-64655-143-9
INTERNATIONAL CONFERENCE**

PRINTED IN THE UNITED STATES OF AMERICA